In One Network

株式会社デオデオ
〒738-0022
広島県廿日市市木材港南8-22
http://www.deodeo.co.jp

株式会社エイデン
〒464-8646
名古屋市千種区覚王山通八丁目70番地の1
http://www.eiden.co.jp

株式会社ミドリ電化
〒660-8540
兵庫県尼崎市潮江1丁目1番50号
http://www.midori-de.com

株式会社暮らしのデザイン
〒141-0031
東京都品川区西五反田八丁目9番地5号
http://www.e-kurashi-de.net

株式会社エディオン

■本社
〒464-0841 愛知県名古屋市千種区覚王山通八丁目70番地の1
TEL:052-759-2711（代表）　FAX:052-759-2719

http://www.edion.co.jp

Exciting Discovery

Exciting Discovery In Your Life Style

暮らしのなかで、お客様の感性を刺激するさまざまな「発見」をお届けしたい――。
edion（Exciting Discovery In One Network）というコーポレートブランドに込めた私たちの願いです。
これからもエディオングループは、お客様から最高の笑顔をいただくため、「お客様第一主義」「地域のお客様に密着した事業展開」「時代を先取りし続ける創造型企業」を経営理念として、スケールメリットを最大限に活かし、さらなる企業価値の向上を目指します。

経営理念　最高の笑顔をいただくために

お客様第一主義

- ●お客様の生活スタイルに合わせ、最高の満足が得られる商品を提案します。
- ●お客様の思いもしなかった新しいよろこび、豊かさを提案します。
- ●商品販売後も、いつも最良な状態で使い続けていただくためのフォローアップをします。

地域のお客様に密着した事業展開

- ●トップブランドであることを認識し、支持され続ける店を目指します。
- ●お客様との長期にわたる信頼関係をつくりあげます。
- ●どの店舗・地域においても共通した質の高いサービスを提供します。

時代を先取りし続ける創造型企業

- ●つねに新しいことにチャレンジし、実践できる企業となります。
- ●時代の先を読み、新しい価値を提供し続ける「創造力ある企業」を目指します。
- ●お客様のニーズや時代の変化に対し、即座に応えられる柔軟性を高めます。

Contents

財務ハイライト

（単位：百万円）

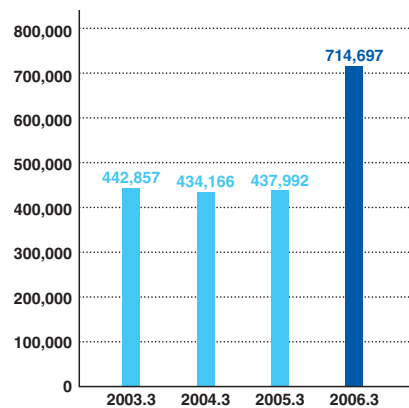
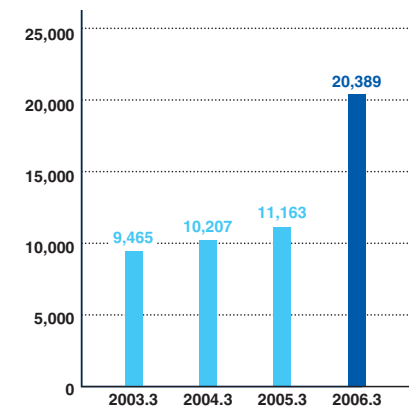
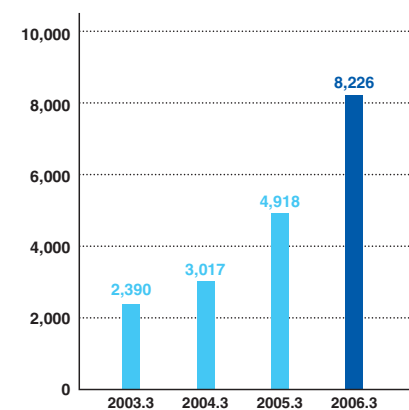
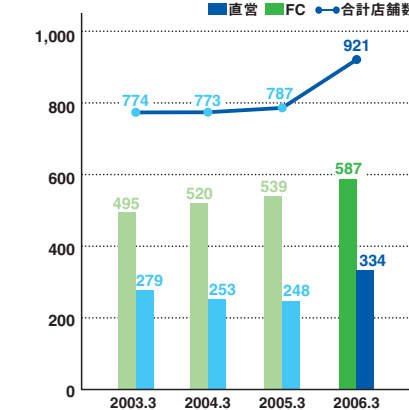
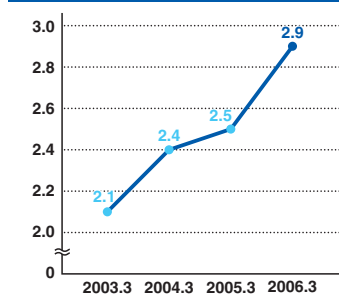
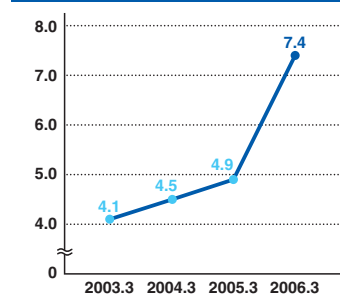
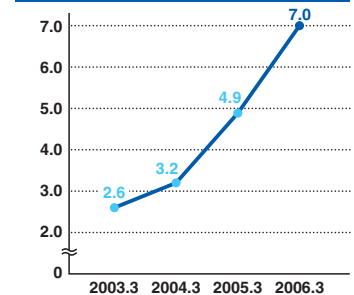
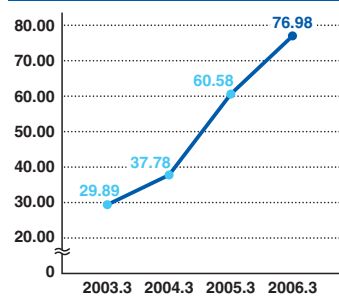
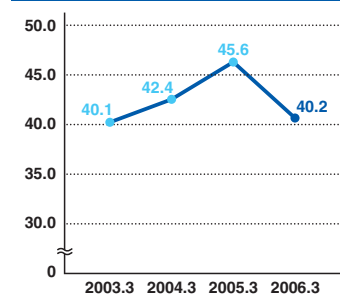
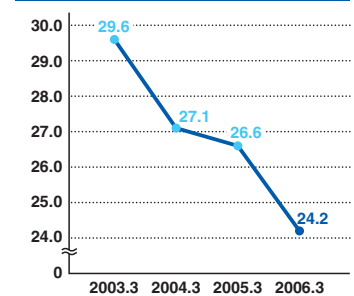
（連結）	第1期 2002.3.29～2002.9.30	第2期 2002.10.1～2003.3.31	第3期 2003.4.1～2004.3.31	第4期 2004.4.1～2005.3.31	第5期 2005.4.1～2006.3.31
会計年度					
売上高	222,784	220,073	434,166	437,992	714,697
売上総利益	47,455	46,220	92,587	95,751	157,765
売上総利益率（%）	21.3	21.0	21.3	21.9	22.1
営業利益	2,533	3,260	5,825	5,011	8,054
経常利益	4,445	5,020	10,207	11,163	20,389
経常利益率（%）	2.0	2.3	2.4	2.5	2.9
当期純利益	1,214	1,176	3,017	4,918	8,226
会計年度末					
総資産	223,757	230,332	222,614	231,410	319,507
株主資本	91,885	92,259	94,465	105,595	128,504

●免責事項

当アニュアルレポートに記載されている将来の業績に関する予想、計画、見通しなどは、エディオンおよびエディオングループが現時点で入手可能な情報に基づき、経営者が合理的と判断したものです。実際の業績はさまざまな要因の変化により、これらの業績見通しとは異なる可能性があります。

そのような要因としましては、主要市場の経済状況および製品需要の変動、国内外の各種規制ならびに会計基準・慣行などの変更等が含まれます。従いまして、当アニュアルレポートの情報のみに依拠して投資判断されることはご遠慮くださるようお願いいたします。

各種指標

※2003年3月期の売上高、経常利益および当期純利益は、2002年9月期と2003年3月期の合計です。

刺激的な発見①
オリジナル商品の開発

KuaL

オリジナル商品「KuaL」

●マッサージチェア

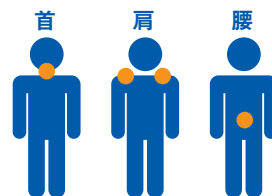
全身の血行促進に重要な背中マッサージを、より心地良く、肩のコリ、腰の疲れの改善を促すために、お一人お一人の体型に合わせて、熟練マッサージ師の手わざを臨場感たっぷりに再現しました。

マッサージチェア
オリジナル構成比
47.6%

What's "KuaL"? "ウォンツ"の発見。

お客様の声をカタチにした
オーダーメイド感覚のマッサージチェア。

メーカーの高品質プロパー商品をベースに、お客様の声を活かしエディオンだけの機能をプラスしたマッサージチェアです。従来のマッサージ機能を一新した新メカニズムを搭載し、首・肩・腰の集中マッサージを実現しました。最大6cmのもみ玉突出にシーソー式のソフトな体感を組み合わせることで、従来は届かなかった深いコリまでしっかり届き、しかも痛みを感じさせません。気になる部位をじっくりともみほぐし、プロのマッサージ師が「手のひらでこねる」ような心地よい体感を得られます。また、お好みに合わせてカラーや素材、背部や座面の座り心地まで、20種類の組み合わせから自由にお選びいただけるシステムを採用。お気に入りのパターンを選んで、お使いになる方にぴったりフィットしたオーダーメイド感覚の心地よさを堪能できます。

「集中マッサージ」で
気になる部位を
じっくりもみほぐします。

◎シーソー式押出しメカ採用
◎熟練の技・輪状もみ
◎光センサーによる指圧点自動検索システム
◎メディカルプログラム（8種類）
◎太ももぐっとプレス（太もものエアーマッサージ）
◎センターフラットフットレスト（ふくらはぎのエアーマッサージ）
◎フットぐぐっとステップ（足の甲、足裏、かかとのエアーマッサージ）
◎おしりエア＆バイブ
◎ぴたっと足裏追跡（フットレストの自動長さ調節）

お客様のニーズをとらえ、オリジナル商品の開発を強化。

さまざまなご要望やご意見など、毎日の売場で集めたお客様の声をメーカーにフィードバックし、エディオングループのアイデアをプラスしたオリジナル商品の開発にも積極的に取り組んでいます。

2005年1月には、国内家電メーカーとの共同開発によって誕生したオリジナル商品シリーズ「KuaL（クオル）」を発売。お客様のライフスタイルやニーズに合わせた付加機能が、プロパー商品にはない大きな魅力となっています。また、一部のエアコン、冷蔵庫には画期的な「10年間保証」を適用し、多くのお客様から高い評価をいただいています。

このほか、ひとり暮らしを応援するオリジナル家電「keyword(キーワード)」、機能も価格もシンプルなオリジナルパソコン「e-gg plus（エッグ･プラス）」、電池・管球などの消耗品に特化したデバイス商品「MY＆OUR（マイアンドアワー）」などのオリジナル商品も展開しています。

「keyword（キーワード）」は、ひとり暮らしにぴったりのサイズ、機能、デザインに、気分とセンスで選べる3つの「キーワードカラー」を揃えたオリジナル家電シリーズです。「キーワードブルー」は、暮らしに落ち着きとやすらぎを演出するフレッシュなイメージ、「キーワードピンク」は、暮らしをハッピーに、前向きに彩るポップでキュートなポジティブカラー、「キーワードイエロー」は、明るく活発な暮らしをイメージした元気カラーです。

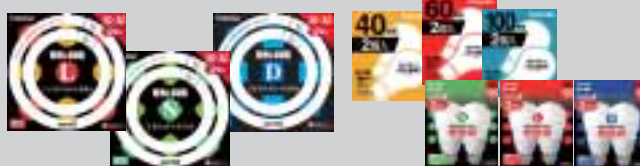
また、「MY＆OUR（マイアンドアワー）」は、省エネに対応した電池・管球など、消耗品に特化した環境に優しいデバイス商品シリーズです。

2006年度は、アイテム数3,000アイテム、売上高構成比30%を計画目標として、より使いやすいオリジナル商品の開発を目指し、お客様の小さな声にもアンテナを広げます。

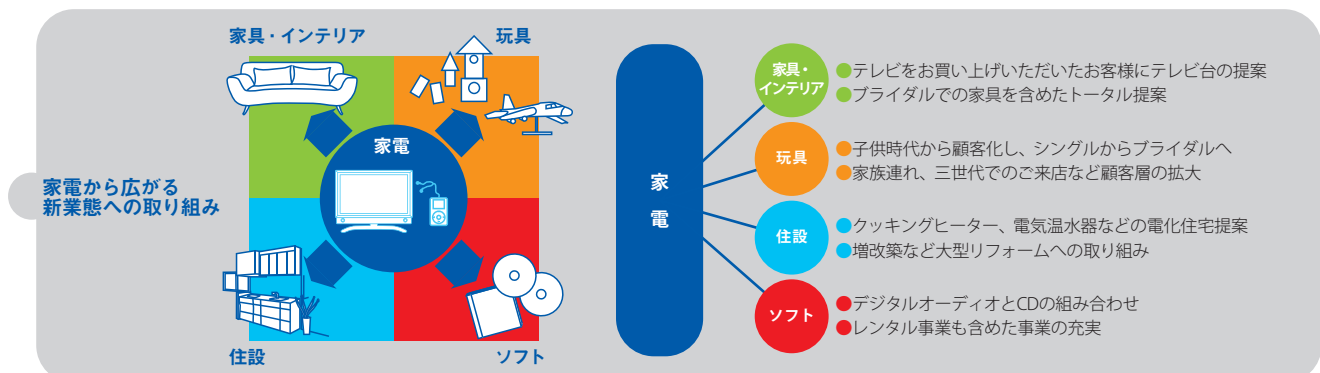
●オリジナル商品構成比

さまざまな商品に盛り込まれたエディオングループだけのオリジナル機能が、暮らしを一段と便利に快適にします。

独自の付加機能を強力に打ち出した売場展開により、積極的なアピールを行っています。

刺激的な発見②

新業態の開発

How to “edion” ? “創意”の発見。

エディオングループは、家電をメインとした専門店としての良さに、「家具・インテリア」「住設」「玩具」「ソフト」など、家電のまわりのさまざまな商品を組み合わせ、お客様のニーズを喚起する新業態の開発に取り組んでいます。欲しかった商品が一緒に買えるお店、家電に関連する商品がついでに買えるお店など、お客様の購買行動を見据えた利便性の高い業態開発により、家電から広がる新しい喜びと感動をお届けします。

利便性の向上を目指し、新業態の開発に意欲的に取り組んでいます。

エディオングループでは、家電を中心としてその周辺の商品にも守備範囲を広げ、家電と家具の複合店をはじめ、家具・インテリア、リフォーム、ホビーなど、家電と相乗効果のある多彩な業態の開発に意欲的に取り組んでいます。

家具・インテリアについては、ブライダルにおける家電の購入とともに家具を含めたトータル提案が可能となります。玩具は、子供時代から顧客化し、シングルからブライダルへ……。また、家族連れ・三世代でのご来店など顧客層の拡大が見込まれます。住設・リフォームに関しては、クッキングヒーターや電気温水器などの電化住宅の提案をはじめ、増改築など大型リフォームへの取り組みも進めていきます。また、ソフトについてはレンタルを含めた事業の導入を検討しています。

2005年7月には、「毎日をよりおしゃれに、より快適に、楽しく暮らすためのライフストア」をコンセプトとして、「ホームエキスポロックシティ大垣店」をオープン。暮らしに密着した幅広い商品を取り扱い、家電商品を販売する「エイデン大垣ベルプラザ店」との相乗効果を生み出しています。また、同店では女性スタッフを積極的に採用し、女性ならではの視点を採り入れ、外部のインテリアコーディネーターによる各種セミナーを開催するなど、今後の大型店舗出店のための先駆的な取り組みを行いました。

このほか、11月には家電を中心に家具・インテリア、玩具などを幅広く取り揃えた「ミドリ中環東大阪店」や、12月には玩具を扱う「ネバーランド」を設置した「エイデン津北店」を、2006年2月には玩具、モバイル商品の専門店「デオデオネバーランド袋町店」を広島市内にオープンしました。また、4月には、これら新業態のノウハウを活かしつつ、新たな提案を盛り込み、家電・住設、ソフト、ゲーム、玩具などを販売する大型複合店舗「ミドリ豊中店」（2,900坪）をオープンし、また、6月には「エイデン豊田本店」（2,500坪）をオープンしました。

今後もエディオングループは、家電を中心とした専門店の魅力を高めながら、お客様のニーズにきめ細かく対応していくため、新業態の開発に積極的に取り組み、お買い物にいらっしゃるお客様の利便性の向上に努めます。

大人のこだわりに応える多彩なホビー商品を展開しています。

くつろぎのなかにも心地よい発見があるインテリアを提案します。

子供たちの夢を育てる玩具を豊富に取り揃えました。

新業態開発のノウハウを活かし、郊外型100億円店舗の実現を目指します。

2006年度の出店は、デオデオ13店、エイデン6店、ミドリ電化4店の計23店を計画しています。

エディオングループでは、この出店戦略を推進する一方、エリアごとの2007年度目標シェアとして、中部エリア20%（現在13%）、近畿エリア15%（同10%）、中国エリア32%（同27%）、四国エリア20%（同７%）、九州エリア10%（同５%）を設定し、西日本エリア全体で現在の12%を20%まで引き上げるという高い目標を掲げています。また、中規模店舗の増床リニューアルや、大型店舗出店を立地や商圏に合わせて進め、郊外型100億円店舗の開発と地域一番店化によるドミナントの形成を目指しています。

DFS? EFS? “お客様”の発見。

エディオングループでは、お客様のニーズや購買シーンの多様化に対応すべく、小型フランチャイズ事業およびインターネット通販やカタログ通販事業にも取り組んでいます。実店舗との連携により、お客様の利便性の向上に努めます。

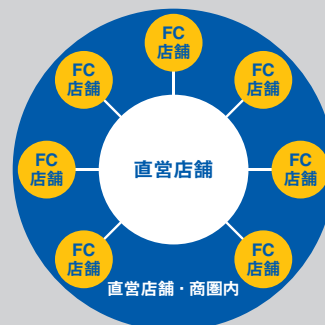
小型フランチャイズ事業

エディオングループでは、直営店の販売ノウハウやデータを販売や経営に活かしたフランチャイズ店舗を展開しています。直営店を中心としたドミナントを形成し、直営店をショールームとして活用しています。お客様のニーズが多様化していくなか、地域に密着した営業を目指し、直営店とFC店舗の連携に取り組んでいます。

FC標準モデル

売場面積…………5〜20坪　　営業スタイル……訪問コンビニ

- 「DFS」（デオデオファミリーショップ）
  ……デオデオが展開するフランチャイズ店舗の総称
- 「EFS」（エイデンファミリーショップ）
  ……エイデンが展開するフランチャイズ店舗の総称

直営店舗とFC店舗のドミナント形成

EFSの展開により地域密着型のサービスを深化させます。

お客様のニーズに合わせ、よりきめ細かな地域密着型サービスを展開するため、商圏内のコアとなる直営店舗の周りに小型フランチャイズ店舗の出店を進め、2005年6月にはEFS（エイデン・ファミリー・ショップ）の第1号店「エイデン明智店」を岐阜県恵那市にオープンしました。

フランチャイズ店舗は「訪問コンビニ」を営業コンセプトとし、電池・電球・蛍光管やプリンターインクなどの消耗品を充実させた「家電のコンビニ」です。フランチャイズ店舗では、専用の手配りチラシを配布して地域に密着した訪問販売を行い、管球の取り替えなど高齢者世帯に向けた出張サービスなどを行っています。

こうした取り組みにより、お客様が身近なお店を利用できるという利便性を提供するとともに、地域のお客様とのふれあいを深めながら心のこもったサービスを提供することが可能となっています。

今後も、中国、四国、九州エリアを中心に561店舗を展開しているDFS（デオデオ・ファミリー・ショップ）のノウハウを活かし、2006年度は中部エリアを中心にEFSの本格展開を進め、2007年度までの2年間で100店舗の出店を目指しています。

積極的な改革により、通販事業の新たな業態を創出しています。

2004年11月にデオデオとエイデンのインターネットショッピングサイトを統合して誕生した「エディオンダイレクト」に、2005年5月、ミドリ電化と暮らしのデザインが運営するショッピングサイトを統合しました。暮らしのデザインを運営基盤として一元化し、スケールメリットの追求と一層の効率化を図りました。

現在、エディオンダイレクトの取り扱い品目は、家電、パソコン、家具・インテリア、CD・DVDソフト、ホビー、ギフトなど、約22万点に上り、会員数も30万人を数える業界最大規模のショッピングサイトとしてエディオングループの一翼を担っています。

また、サービスの面では、全国一律の送料無料サービス（家電品ご購入1万円以上）や会員特別料金システム「ログイン特価」、さらにポイントサービス、購入履歴が確認できる自分専用の「マイページ」機能など、さまざまな会員特典を設け、リアル店舗と同等のサービスによりお客様に満足をお届けしています。

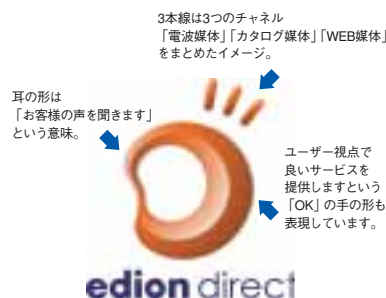
カタログ通販では、ライフサイクルやライフシーン別に異なるテーマで編集したカタログを、年7回発行しています。お客様の生活や部屋をテーマに沿ってまるごとご提案できる商品の開発とカタログづくりを目指しています。

今後もグループ各社の協力体制のもと「インターネット通販」と「カタログ通販」の二本柱をメインに、独自の提案型通販事業を目指します。

お客様の身近なエディオンとして機敏に対応します。

すぐに欲しいモノを揃えた「家電のコンビニエンスストア」です。

お客様の身になったサービスで満足をお約束します。

エディオンダイレクト　http://shop.edion.jp/

刺激的な発見④
サービス戦略

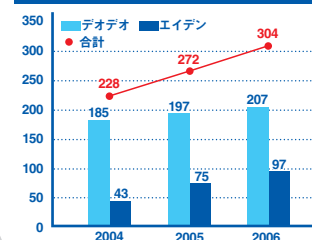
Are you satisfied?

“満足”の発見。

エディオングループは、「お客様第一主義」の経営理念のもと、「サービス型小売業」を事業コンセプトとして掲げ、買ったあとも安心してお使いいただけるようサービス体制の強化に取り組んでいます。豊富な会員特典により会員数300万人を達成したeeカードや、行き届いたアフターサービスなど、「買って安心、ずっと満足」を実感していただける“真のサービス”がエディオングループのテーマです。

eeカード

eeカードは“安心”へのパスポート。

エディオングループの会員カード「eeカード」は、家電商品とパソコン商品を対象とした、5年間長期修理保証制度が特長です。対象金額は5,250円（税込）以上で、会員だけでなく、家族会員にもご利用いただけるお得な制度です。2005年度には、制度の利用実績が約33万件に上り、多くのお客様から高い評価をいただきました。

eeカードが会員数300万人を達成しました。

デオデオとエイデンがそれぞれ発行していた会員カードを統合して誕生した「eeカード」。年間1,029円（税込）だけで、お買い上げ商品何品でも5年の長期修理保証が受けられることが最大の魅力です。2005年1月には、エアコン、冷蔵庫の一部指定商品に10年間の長期修理保証制度を導入することによりサービスを強化し、文字通り「買って安心、ずっと満足」をお約束するエディオングループならではのサービス体制を整えました。

また、エディオングループ内でのお買い物をはじめ、国内外の優待加盟店でのお買物、さらにeeカードによる携帯電話や衛星放送受信料などのお支払いにもポイントを付与するサービスを実施し、便利でお得なカードとしても、多くのお客様のご支持をいただいています。

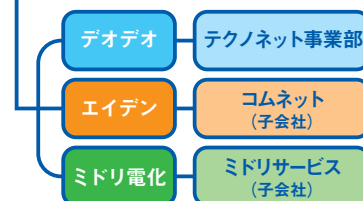
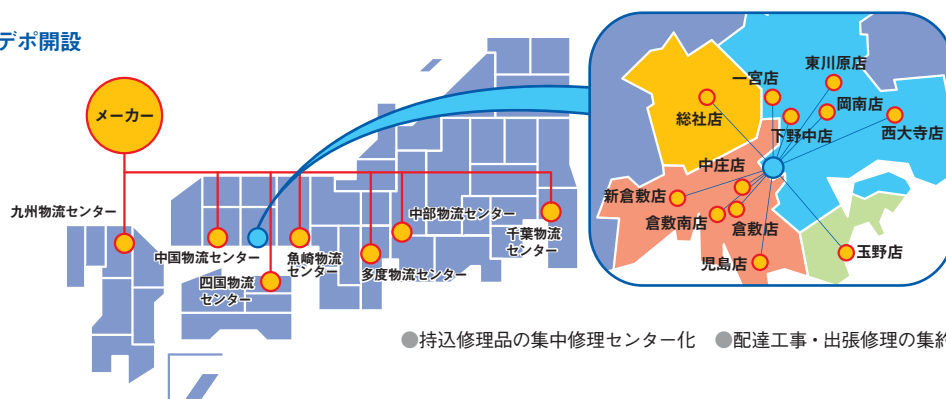
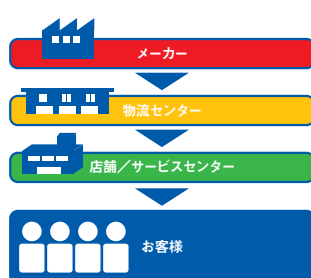
こうしたご支持により、eeカードは2006年3月、会員数300万人を達成することができました。このeeカードがお客様の固定化を促進することは、全体の売上高の約63%がカード会員様で占められていることからも明らかであり、購買動向などの把握やその詳細な分析に基づくサービスの改善にも、一層大きな効果を発揮するものと考えられます。

今後も新機能の追加や特典サービスなどの強化に積極的に取り組み、400万人達成に向けてさらなるグレードアップを図ります。

充実サービスで「買って安心、ずっと満足」を追求します。

エディオングループは、お客様に喜ばれる質の高いアフターサービスを目指し、「お客様に約束したことを確実に遂行する」を合言葉として、自社グループ（デオデオ：テクノネット事業部、エイデン子会社：コムネット、ミドリ電化子会社：ミドリサービス）による充実した体制でアフターサービスに取り組んでいます。

特に、デジタル家電の設置時における取り扱い・使用説明サービスの向上や、お客様の立場に立った商品配達体制、店頭へ持込修理にいらっしゃったお客様に対する受付対応のレベルアップなどを、競合他店との重要な差異化ファクターとしてとらえています。また、サービス拠点の整備を進め、修理の即日訪問、修理品の納期短縮など、アフターサービスのスピード化にも積極的に努めています。

エディオングループは今後もこうした取り組みにより、サービスメニューをさらに拡充し、競合他店を凌駕する「真のサービス」によって「買って安心、ずっと満足」を追求していきます。

Top Interview
トップインタビュー
株
社 エディオン

多角的な戦略で「サービス型小売業」をさらに追求。大競争時代のトップランナーを目指します。

TOP INTERVIEW 株式会社エディオン 代表取締役社長 久保 允誉

—まず、エディオングループが属している家電小売業界の市場動向についておうかがいしたいと思います。

最近、テレビで地上デジタル放送のCFがよく流れるようになりましたが、2003年12月以降、放送地域の全国展開が着々と進み、2006年中には全国約80%の世帯で地上デジタル放送を視聴できるようになります。これが家電小売業界にとって、今、最も注目される動きだと思います。エディオングループのエリアでは、近畿・中部圏で放送が開始されていますが、福岡では今年7月から、広島では10月、岡山では12月から、高画質・高音質の地上デジタル放送を楽しめるようになります。

こうした放送地域の拡大とともに、市場では地上デジタル放送に対応した薄型テレビへの買い替えが急速に進むと予測されております。

—家電小売業界にとっては、大きな商機を迎えるわけですね。

まさにその通りです。エディオングループとしても、この大きなチャンスを最大限に活かしていきたいと考えております。

—取り扱い商品に関して、なにか新しい傾向などは見られますか。

斜めドラム、除菌・消臭機能を備えた洗濯機や、フィルター自動清掃機能付のエアコン、温度切替室機能を持つ冷蔵庫など、「高機能・高級商品」の登場があげられます。また、こうした商品の登場により、生活家電商品の平均単価が上昇する傾向が見られます。

—家電小売業界でも、地球環境保護のかけ声とともに「エコ」という言葉がよく聞かれるようになりました。

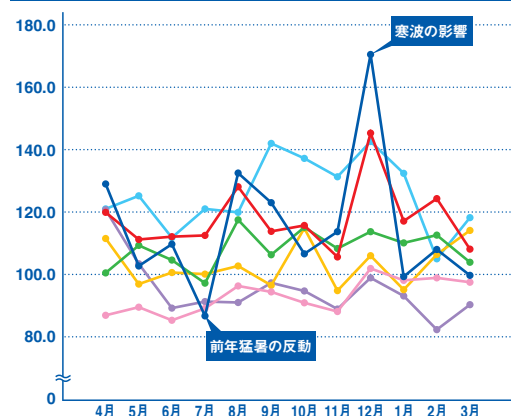
お客様の間で「省エネ・省資源」への関心が一段と高まっております。エアコン、冷蔵庫、照明器具、テレビなど、電気使用量の多い製品のランニングコストについてさらに意識が向上していることがうかがえます。

先ほど述べた「高機能・高級商品」による単価の上昇はありますが、電気代や水道代の節約により購入金額を短期間で回収できるようになりました。

こうした付加価値の高い生活家電商品へのニーズの高まりに対しては、オリジナル商品の販売・開発の強化、配達・工事のサービス体制の充実などによって積極的に対応してまいります。

●直営店全店 主要商品前年比（2005年度実績）

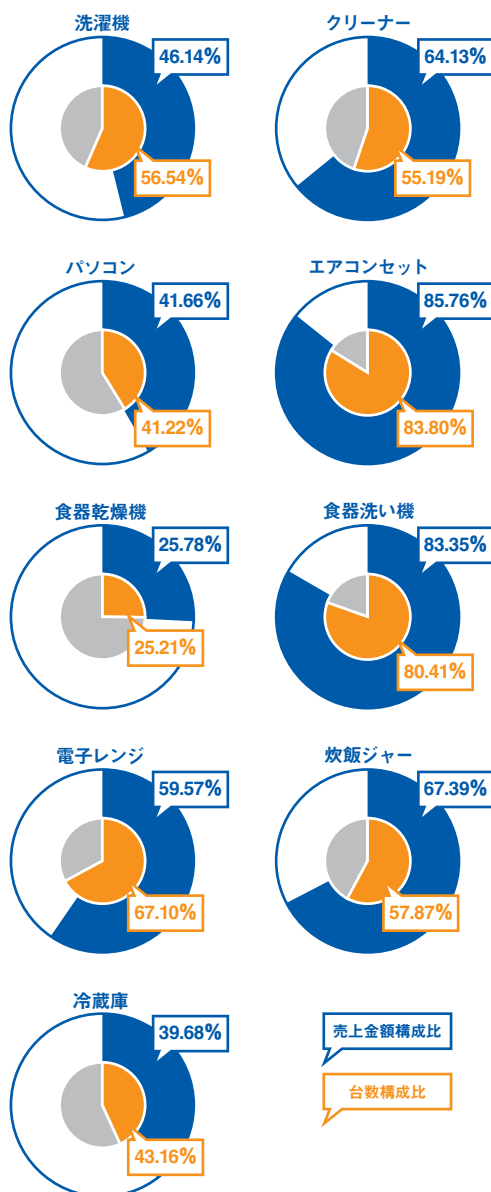
（単位：%）

主要品目	前年比
カラーテレビ	126.0%
薄型テレビ	155.2%
DVD	94.3%
DVDレコーダー	95.5%
デジタルカメラ	102.8%
エアコン	107.3%
冷蔵庫	107.1%
洗濯機	117.7%
W&D	140.1%
パソコン	93.2%

※ミドリ電化は除く

●商品分類別売上高（2005年度実績）

（単位：百万円）

主要品目	金額	構成比（%）
テレビ	97,184	13.6
ビデオ	68,571	9.6
オーディオ	12,422	1.7
テープレコーダー等	17,863	2.5
エアコン	50,076	7.0
暖房機器	14,153	2.0
冷蔵庫	37,142	5.2
洗濯機・クリーナー	41,108	5.8
レンジ	9,211	1.3
調理家電	23,184	3.2
理美容・健康家電	29,428	4.1
照明器具	8,499	1.2
パソコン	130,923	18.3
その他のOA機器	31,989	4.5
音響ソフト・楽器	10,974	1.5
その他	131,962	18.5
合計	714,697	100.0

トップインタビュー

「お客様第一主義」のもと 多様化するニーズに対応します。

—厳しい経営環境のなかで勝ち抜いていくための重要な指針となる、今後の経営方針についてお聞かせください。

私たちエディオングループを構成する各事業会社は、創業以来、家電商品のお買い上げから、配送、工事、修理にいたるまで、お客様が安心してお買い物いただける体制づくりに力を入れてまいりました。

エディオングループはこうした企業姿勢を継承し、創業の精神である「お客様第一主義」を経営理念と定め、今後も、最高の満足が得られる付加価値の高い商品の提案、最良の状態でお使いいただくためのアフターサービス体制の充実に努めてまいります。

そのためには、まず地域に密着した事業活動を行うことが重要だと考えております。具体的な展開としては、中国、四国、九州地方に展開するデオデオ、主に中部地方に展開するエイデン、近畿地方に展開するミドリ電化のそれぞれが、地域のトップブランドであることを認識し、支持され続ける店舗を目指しております。

また、商圏規模に応じた出店により、展開地域での販売シェアの向上を図るとともに、小型フランチャイズ店舗の加盟店を増やし、直営店との連携によるきめ細かなサービスを提供してまいります。

—つねに積極的な取り組みを進めているエディオングループですが、新しい展開についてはどのような取り組みを進めているのでしょうか。

現在は特に、家電商品からの広がりとしての家具やインテリア、玩具、ソフトといった新しい業態への取り組みを強化しております。一つの店にご来店いただければ、必要なものがおおむね揃う複合店を出店し、お客様の利便性の向上を進めてまいります。

—エディオングループは、2005年4月1日にミドリ電化と事業統合され、スケールメリットの追求に取り組まれています。今後の目標となる経営指標についてお聞かせください。

「売上高1兆円、経常利益率5%」を中期目標に掲げ、成長性と効率性のさらなる追求を目指しております。特に、株主資本と有利子負債のバランスを重視し、株主資本比率40%以上、有利子負債比率30%以下を、4期連続で達成しております。

また、ROA（総資本経常利益率）10%の実現と、ROE（株主資本利益率）を10%以上に引き上げることを目指し、企業価値の一層の向上に努めてまいります。

付加価値の高いオリジナル商品の開発体制を強化します。

—目標を達成するためにはさまざまな課題があり、それをクリアしていくための戦略があると思います。エディオングループとしての今後の具体的な取り組みについてお聞かせください。

私たちエディオングループでは、「商品戦略」「出店戦略」「チャネル戦略」「サービス戦略」「事業統合」によって、競合他社との差異化を強力に推し進めていくことが重要だと考えております。

1番目の「商品戦略」ですが、エディオングループでは、お客様の声を取り入れたエディオンにしかないオリジナル商品の開発・販売を行っております。

使う立場になって独自の機能を付加した「KuaL（クオル）」、一人暮らしを応援する「keyword（キーワード）」、環境に優しいデバイス商品「MY&OUR（マイアンドアワー）」などを展開し、商品売上げに占めるオリジナル商品の構成比は約27%となっております。

お客様と日常接している小売業の使命として、今後もオリジナル商品の開発をいちだんと強化し、お客様のニーズに合った商品を提供してまいります。

—最近は商品のライフサイクルが短くなっていますので、開発にあたっては困難な面も多いと思います。

商品開発にあたっては、商品のライフサイクルを見極めながら、開発のスピード化を進め、オリジナリティーをいち早く打ち出していきたいと考えております。

今後も、つねにチャレンジする姿勢を大切に、季節・白物商品を中心としたオリジナル商品の開発体制を強化してまいります。

「買って安心、ずっと満足」の「サービス型小売業」へ。

—2番目の「出店戦略」についてはどのようにお考えですか。

エディオン設立以来、2005年3月期までは不採算店舗・小型店の閉鎖を進めてまいりました。その結果、確実に利益を出せる体制が整っております。

ミドリ電化が加わった前期からは、積極的な出店戦略に舵を切り、家電店28店舗の出店を行いました。

今後も年間30店舗前後の出店を行い、成長性を追求するとともに、店舗フォーマットの標準化などによる効率性の開発にも努めてまいります。

トップインタビュー

―リアル店舗だけでなく、そのほかの「チャネル戦略」も重要だといえます。

近年はお客様の購買シーンがさらに多様化しております。そうしたなかで、当社の子会社である暮らしのデザインでは、インターネットとカタログによる家電、家具・インテリア商品のダイレクトマーケティングに取り組んでおります。

特にインターネットにおいては、2005年5月にグループ各社のネットショッピング機能を集約し、取り組みを強化しました。

これからもリアル店舗との連携を含め、ダイレクトマーケティング機能の強化に努めていきたいと考えております。

―販売面での戦略と切り離せない「サービス戦略」については、今後どのような取り組みを進めていかれますか。

エディオングループのキャッチフレーズは「買って安心、ずっと満足」です。この精神のもとエディオングループは、お客様に安心して商品をご購入いただくだけでなく、商品の寿命が尽きるまで、最良の状態でお使いいただけるサービス体制の強化に取り組んでおります。

しかし昨今、私たちが取り扱う家電商品の機能はますます複雑化してまいりました。また、配送や工事に対するお客様のニーズもさらに多様化しております。こうした変化に対応するためには、サービス体制をこれまで以上に強化していく必要があります。

具体的には、まず店舗においては、商品知識や取扱説明を含めて、接客力の強化が重要と考えております。教育・研修体制を強化するため、エディオンに人材開発部を設け、グループ一丸となった教育に重点を置いております。

また、家電商品が故障した場合、お客様にとって最も重要なのは、いかに早くその商品の修理を行い、本来の機能を回復するか、という点です。エディオンではグループ内に、配送・工事・修理といったサービスを担う子会社あるいは部門を持ち、修理完了日数の短縮や即日修理体制の充実に努めております。

今後もエディオングループは、「お客様第一主義」の経営理念に基づき、「サービス型小売業」という独自のビジネスモデルを追求してまいります。

積極的な中長期戦略で「売上高1兆円、経常利益率5%」の早期達成を。

―「事業統合」について、今後の取り組みについてお聞かせください。

2005年4月にミドリ電化との事業統合を行いましたが、今後はミドリ電化との仕入統合やシステムの統合、さらに財務統合によるCMS（キャッシュ・マネジメント・システム）の導入を早急に進めたいと考えております。

デオデオとエイデンによる事業統合を経験したことにより、統合の進め方、効果についての実感がありますので、その経験を活かしてミドリ電化との統合を進めてまいります。

―ミドリ電化の統合により、エディオングループの店舗数は日本一となり、中部地方以西ではナンバーワンのシェアとなりました。今後の中長期的な戦略についてはいかがでしょうか。

中期目標の「売上高1兆円、経常利益率5%」を早期に達成するためには、成長性と効率性を同時に追求していく必要があります。まず、成長性を追求するため、デオデオ、エイデン、ミドリ電化の3社は新業態を含め、積極的な出店戦略によってエリアの強化を図り、一層のシェアアップを目指してまいります。さらに、これまで述べてきた戦略に基づき、既存店の強化を図ってまいります。

一方、効率性については、サービスセンターの集約による配達・修理体制の効率化、ミドリ電化との統合によるスケールメリットの追求など、スピードをもって対応することにより、利益率の向上を図ってまいります。

株主価値の一層の向上を目指して。

―株主の皆様にとっては、エディオングループの企業価値向上が最も期待されるところだと思います。最後にエディオングループとしての今後へ向けたメッセージをお願いします。

エディオングループは、今後も「お客様第一主義」を揺るぎない経営理念とし、地域のお客様に密着した「サービス型小売業」というビジネスモデルを深化させ、「商品力」「サービス力」「CS（顧客満足）」などの強化に努めてまいります。

そして、株主・投資家の皆様、お客様、従業員、地域社会、お取引先、グループおよび関係各社などステークホルダーの皆様の安心と信頼のうえに、価値創造型企業としての努力をさらに続け、皆様にとっての企業価値をさらに高めるべく全力を尽くしてまいります。

より一層の御支援と御鞭撻を賜りますよう、心よりお願い申しあげます。

●中期ビジョン

商品	人材	店舗	サービス
集中販売 オリジナル商品 共同取組商品	接客の質の向上 接客の量の拡大	出店強化 新規エリア出店 新業態開発	SCの再構築 カード獲得強化

売上高1兆円・経常利益率5%の早期達成

積極的な出店戦略 / 地域一番店の実現

成長性と効率性の追求

●店舗数No.1・西日本シェアNo.1の「家電流通ネットワーク」

グループの拡大に向けて

直営店およびフランチャイズ店舗数（2006年3月31日現在）

	デオデオ			エイデン			ミドリ電化			エディオン		
	RC	FC	計	RC	FC	計	RC	FC	計	RC	FC	計
関　東	6	1	7	0	0	0	4	0	4	10	1	11
中　部	0	5	5	123	22	145	16	0	16	139	27	166
近　畿	0	0	0	1	0	1	74	4	78	75	4	79
中　国	78	263	341	0	0	0	0	0	0	78	263	341
四　国	10	70	80	0	0	0	0	0	0	10	70	80
九州・沖縄	22	222	244	0	0	0	0	0	0	22	222	244
合　計	116	561	677	124	22	146	94	4	98	334	587	921

※子会社を含む

デオデオ家電直営店舗
デオデオFC店舗
エイデン家電直営店舗
エイデンFC店舗
ミドリ電化家電直営店舗
ミドリ電化FC店舗

DEODEO
九州エリア
中国エリア
四国エリア

長崎 2 40
佐賀 1 44
福岡 10 61
大分 3 21
熊本 2 22
宮崎 2 6
鹿児島 2 20
沖縄 8
山口 15 55
島根 7 37
広島 30 118
岡山 18 45
鳥取 5 8
愛媛 9 38
香川 1 22
徳島 6
高知 4

MIDORI
近畿エリア

兵庫 28 2
大阪 21 2
京都 9
滋賀 6
奈良 6
和歌山 1 1
三重 1 11 5

ミドリ電化中環東大阪店

デオデオ海田店

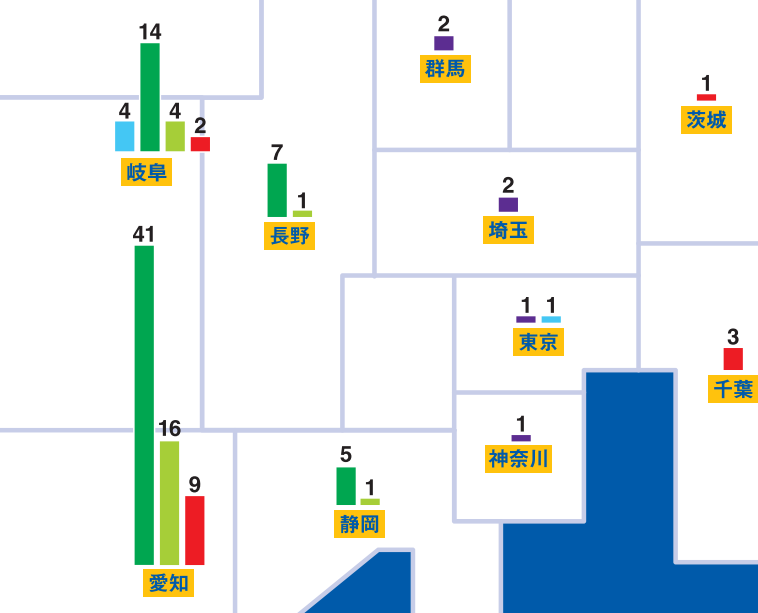
エイデン豊田本店

岐阜 14 4 4 2
長野 7 1
愛知 41 16 9
静岡 5 1
群馬 2
埼玉 2
茨城 1
東京 1 1
千葉 3
神奈川 1

関東エリアから九州エリアにかけ、さらに拡大しています。

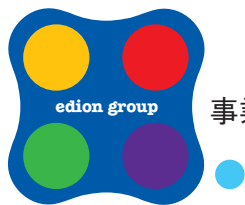
エディオングループは、関東エリアから九州エリアにかけ、商圏規模に対応した店舗を展開。地域に密着した事業活動を推進しています。営業店舗については、家電直営店16店舗を新設し、15店舗を増床しました。また、12店舗を移転およびS&Bする一方、5店舗を閉鎖しました。そのほかの直営店については、9店舗を新設し、19店舗を閉鎖しました。

これにより、期末店舗数は334店舗となり、期末の売場面積は869,197㎡となりました。

フランチャイズ店については、59店舗を新設し、14店舗の閉鎖によって期末店舗数は587店舗となり、直営店と合わせ総店舗数は921店舗となりました。

関東エリア

中部エリア

●子会社の状況

会社名	所在地	主な事業内容
(株) デオデオ	広島市中区	家庭電化製品などの販売
(株) エイデン	名古屋市中村区	家庭電化製品などの販売
(株) ミドリ電化	兵庫県尼崎市	家庭電化製品などの販売
(株) 暮らしのデザイン	東京都品川区	通信販売事業
(株) エイデンコミュニケーションズ	名古屋市千種区	携帯電話などの販売
(株) デオデオ商事	広島市南区	家庭電化製品などの販売
(株) コムネット	愛知県春日井市	家庭電化製品などの配送・荷役
(株) ホームエキスポ	名古屋市千種区	ホームセンター商品などの販売
(株) エヌワーク	名古屋市千種区	電算システムの運営および開発
ミドリサービス (株)	兵庫県尼崎市	家庭電化製品などの配送・荷役
(株) ミドリ	千葉県柏市	家庭電化製品などの販売
エム・イー・ティー特定目的会社	東京都千代田区	資産流動化計画に基づく特定資産の管理

代表取締役社長
友則 和寿

Message

「お客様第一主義」を
経営理念として。

設立日	1947年5月7日
資本金	19,294百万円
URL	http://www.deodeo.co.jp/
代表者	代表取締役社長　友則 和寿
店舗数	677店舗（連結ベース）
正社員数	3,094名
2005年度売上高	2,613億円（連結ベース）
グループ企業	デオデオ商事
事業内容	家庭電化製品、情報通信機器等の販売

株式会社デオデオ

広島に本拠を置くデオデオは、「お客様のことをまず第一に考えて行動する」という創業の精神を貫き、つねに「お客様第一主義」を経営理念として、地域のお客様に密着した事業活動を展開してきました。

ライフスタイルや価値観が多様化している今、デオデオはそうした時代にしなやかに対応するとともに、時代の変化に関心を持ち続け、可能性へのチャレンジを続ける集団でありたいと願っています。

●事業コンセプトは「サービス型小売業」

デオデオは、毎日の暮らしに役立つ家電商品を、「より良い品質で、より安く」「お客様の暮らしに合わせて」提供し、販売後の保守･修理についても充実したアフターサービス体制を完備しています。お客様にとって最適な商品を提供し、商品がお手元に渡ったあとも、つねに最良の状態でお使いいただくためのサービスを提供する「サービス型小売業」——これがデオデオの事業コンセプトです。

●きめ細かな店舗展開で地域のお客様に密着

デオデオは中国、四国、九州エリアに、大規模直営店舗（売場面積1,500～3,000㎡）を配置し、その周辺にフランチャイズチェーン方式でデオデオ・ファミリー・ショップ「DFS」を展開し、「家電のコンビニエンスストア」を事業コンセプトとして、地域に密着した訪問販売を行っています。

2006年3月現在、店舗数は677店舗（直営116店舗、フランチャイズ561店舗）を数え、中国・四国・九州エリアにおいてマーケットシェアをさらに拡大しています。

また、競合他店との明確な差異化を図り、デオデオはつねに質の高いアフターサービスの提供を目指しています。このため、商品のライフサイクルに合わせた万全のアフターサービス体制やシステムを完備し、お買い上げいただいた商品を永く快適にお使いいただくことで、お客様との良好な関係づくりに努めています。

現在、サービス拠点は全国70カ所におよび、販売商品の出張メンテナンス・修理専門の自社サービスマンは300人を超えています。こうしたサービスマンによる訪問修理はデオデオの強みであり、ご依頼いただいた当日にお客様宅にお伺いする即日対応サービスは、地域のお客様から大きな信頼を寄せられています。

代表取締役社長

Message

「サービス型小売業」を強化します。

設立日	1955年 4月7日
資本金	12,694百万円
URL	http://www.eiden.co.jp/
代表者	代表取締役社長　岡嶋 昇一
店舗数	146店舗（連結ベース）
正社員数	2,224名
2005年度売上高	1,929億円（連結ベース）
グループ企業	ホームエキスポ、
	エイデンコミュニケーションズ、コムネット、エヌワーク
事業内容	家庭電化製品、情報通信機器等の販売

株式会社エイデン

名古屋を本拠地とするエイデンは、総合家電事業（エイデン）、情報通信事業（コンプマート）、ホームセンター事業（ホームエキスポ）を３本柱として、お客様のニーズに対応し、積極的に顧客満足度の向上に努めています。

具体的には「サービス型小売業」をさらに強化し、お客様の立場に立った親身な接客によってお客様の満足度を向上させ、競合他店との一層の差異化を目指します。また、店舗戦略では大型店舗の出店はもちろん、家具やインテリア、ゲーム、ホビーなど、取り扱いアイテムの幅を広げ、客層の拡大を目指した新業態の店舗開発にも取り組んでいます。

こうした積極的な店舗戦略により、2006年3月現在、エイデングループの店舗数は146店舗（直営124店舗、フランチャイズ22店舗）を数え、中部エリアでのマーケットシェアを一段と高めています。

●マーケットにフィットした店舗戦略を推進

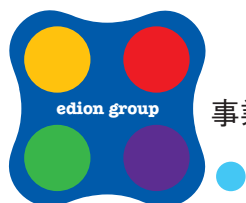
エイデンでは、お客様のニーズに合わせた店舗戦略を展開しています。パソコンを中心としたコンプマートをはじめ、携帯電話販売のエイデンコミュニケーションズ、ホームセンター商品を扱うホームエキスポなど、生活のあらゆるニーズに対応しています。

また、CD・DVD・ソフト販売の子会社ディスクステーションを合併し、エイデンの出店に連携したインショップ出店、単独出店など、今後も柔軟な店舗展開を推進していきます。

これらの、エイデングループでの資源を共有し、暮らしの快適さや感動をトータルに提案する複合店も展開していきます。

今後もエイデンはマーケットの特性を見極めながら、店舗戦略を推進します。

●物流とサービスのレベルアップに注力

物流とサービスについては、調達物流、宅配物流、サービス業務を一括管理し、つねに収益力とサービスレベルの向上を図っています。また、納品までの時間短縮、ムダのない在庫コントロール、配送・設置工事のレベルアップを目指し、サービスセンターの強化に取り組んでいます。

代表取締役社長
梅原 正幸

Message

「常不信」
——常識にとらわれず、
「正しいこと」を追求

設立日	1961年8月
資本金	1,560百万円
URL	http://www.midori-de.com/
代表者	代表取締役社長　梅原 正幸
店舗数	98店舗（連結ベース）
正社員数	2,823名（連結ベース）
2005年度売上高	2,565億円（連結ベース）
グループ企業	ミドリサービス、ミドリ
事業内容	家庭電化製品、情報通信機器、家具・インテリア、CD・DVD、ゲーム、玩具等の販売

株式会社ミドリ電化

ミドリ電化は尼崎に本社を置き、2006年3月現在、店舗数は98店舗（直営94店舗、フランチャイズ4店舗）を数え、各エリアの中心にサービスセンターを配置し、「いつでも、どこでも」充実したサービスをお届けしています。さらに、ミドリサービスでは、高度なスキルとノウハウを持つ専門スタッフが、地域に密着した迅速・確実なサービスを提供。お預かりした修理品のご自宅お届けサービスや、蛍光灯・電球のお取り替えサービスなど、高齢化社会に対応した新しいサービスを開始しています。

●すぐれた人財づくりで、さらなる発展・繁栄を

お客様に愛されるには、私たちミドリ電化はつぎの3点が大切だと考えています。

①真心のこもった接客。

②商品や売場を大切にした、気持ちよくお買い物ができる環境づくり。

③つねに向上心を持ち、自分のレベルを上げる意識を持つこと。

この3点をバックアップするため、ミドリ電化は上司（先輩）が部下（後輩）にOJT（現場指導）を行い、本社がさまざまな研修·勉強会でサポートしています。このように、ミドリ電化の人材教育の基本は、「会社ぐるみで人を育てる」ことです。企業の主役は人。より良い「人財」づくりに情熱を傾けることが、企業の発展·繁栄につながると考えています。

●心の触れ合うサービスと多彩な商品展開を目指して

ミドリ電化では、数ある商品のなかから、お客様に最適な商品を提案するため、お客様との会話を最も大切にしています。お客様とのコミュニケーションを通じて、お好み、こだわり、住宅環境などを把握し、それらの情報によって、それぞれのお客様にふさわしい「価値ある一台」が提案できると考えるからです。

そのためには、豊富な商品知識と真心のこもった接客により「商品だけでなく自分自身を売る」ことができる「人間力」が必要です。ミドリ電化はそうした「人間力」を養うことで、サービスの質的向上を目指しています。

お客様の幅広いニーズに応えるため、家電以外の商品も取り扱っています。特に、ブライダルのお客様や一人暮らしを始めるお客様にとっては、「必要なモノが全て揃うミドリ電化」として喜ばれています。このほか、玩具やテレビゲーム、CD・DVDの販売・レンタルも行っており、お客様の暮らしをトータルにサポートしています。

代表取締役社長

Message

生活空間をデザインする 国内トップの 通信販売企業を目指して

設立日	2002年3月1日
資本金	300百万円
URL	http://www.e-kurashi-de.net/
代表者	代表取締役社長　鳥越 貞成
正社員数	25名
2005年度売上高	47億円
事業内容	家庭電化製品、情報通信機器、家電・インテリア等のカタログおよびインターネットによる通信販売事業

株式会社 暮らしのデザイン

暮らしのデザインは、東京都品川に本社を置き、通信販売カタログ「暮らしのデザイン」およびインターネットショッピングサイト「エディオンダイレクト」を通じて、家具・インテリア、家電を中心とした商品と、お客様に喜ばれるサービスを提供するダイレクトマーケティングカンパニーです。うれしい発見を感じていただける独自の商品提案と、丁寧であたたかなコミュニケーションで、「お客様の暮らしの夢」をカタチにします。

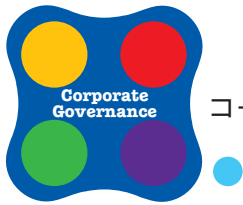
●お客様の声を活かした参加型商品開発

「暮らしのデザイン」では、つねにお客様の声を活かした「お客様参加型」の商品開発を行っています。永く使っていただくための品質の向上はもちろん、新しいライフスタイルやインテリアをテーマに沿ってトータルに提案できるような商品開発と、見やすく楽しいカタログづくりに取り組んでいます。

年7回発行されるカタログ（年間350万部）は、全国の書店、コンビニエンスストア、スーパーマーケットなどで販売しており、販売店舗数は48,000店に達しています。

●22万点の多彩な商品を満載

「エディオンダイレクト」は、インターネットを通じてお客様の夢をカタチにする、家電・家具・インテリア専門のショッピングサイトです。家具・インテリア商品に加え、エディオングループならではの家電、パソコン、ソフトなどの商品をラインナップしています。

さらに、カタログ通販で培った商品開発力とノウハウを活かし、オリジナル商品を開発。暮らしを輝かせる魅力的な家具・インテリア商品を多彩に揃えています。

※ES：Employee Satisfaction（従業員満足）

万全の体制で企業としての社会的責任を果たします。

エディオングループでは、激化する競争と時代の変化のなかで発展していくとともに、地域社会に受け入れられ、幅広い支持を得るためには、ステークホルダーの皆様との良好な関係づくりや、経営の意思決定における透明性・客観性を確保するためのコーポレート・ガバナンス（企業統治）もきわめて重要な課題ととらえています。

一方、お客様に信頼をいただくためには、役員・社員のコンプライアンス（法令遵守）徹底に向けた組織的対応が前提となります。

エディオングループでは、企業の社会的責任（CSR：Corporate Social Responsibility）のあり方と具体的施策について検討する「CSR検討委員会」、倫理綱領の徹底遵守とコンプライアンスに関する危機管理本部としての「コンプライアンス委員会」を設置し、コーポレート・ガバナンスの課題と企業の社会的責任を踏まえた事業活動に努めています。

具体的には、「エディオングループ倫理綱領」を定めるとともに、2005年度から「倫理・コンプライアンスマニュアル」、社員携帯用「倫理綱領カード」を配布し、研修・啓蒙体制を整備しました。さらに、2005年４月施行の「個人情報保護法」にいち早く対応し、個人情報保護方針、個人情報保護管理基本規程を制定するとともに、個人情報保護管理体制を構築しました。

広島県竹原市の植樹活動

企業としての社会的責任を果たし、地域社会とともに歩みます。

地域社会に広く受け入れられ、厳しい経営環境のなかで発展を続けていくためには、株主様、お客様、地域社会、お取引先など、ステークホルダーの皆様との良好な関係づくりが不可欠です。エディオングループは、地域貢献をはじめとして、企業の社会的責任を果たすべくさまざまな事業活動に取り組んでいます。

1998年には、デオデオが「企業市民デオデオ」として地域社会に貢献するため、アクションプログラム「エコ･チャレンジ21」を策定。環境保全活動に積極的に取り組んできました。

2005年には、その一環として「広島フォレスト植林活動 in たけはら」をスタートし、広島県竹原市の山林火災跡地において市民ボランティアとともに植樹活動を行っています。2006年3月19日に行われた第2回目の活動では、地元の環境保護に取り組んでいる高校生110名が参加し、未来を担う若い世代の協力によりきわめて有意義な活動となりました。

今後も、エディオングループはステークホルダーの皆様の安心と信頼をいただくため、企業の社会的責任を踏まえた事業活動に積極的に取り組み、地域社会とともに歩む「サービス型小売業」を目指します。

財務報告

経営成績

●業務全般

当連結会計年度におけるわが国経済は、好調な設備投資と底堅い個人消費とがかみ合い、原油価格高騰の長期化や海外経済の減速などの不安材料はあるものの、総じて回復基調で推移しました。

当家電小売業界については個人消費の回復や地上デジタル放送開始地域の拡大により、大画面薄型テレビなどの「デジタル家電」が好調に推移しました。また、エアコン、冷蔵庫、洗濯機などの「生活関連商品」については、高付加価値商品の登場による単価上昇、「暖房機器」については、冬場の記録的な寒波の到来もあって好調に推移しました。しかし、パソコンなど「情報関連商品」は店頭価格下落などの影響により、回復傾向にはあるものの低位で推移しました。

こうしたなかで当企業グループは、4月にはミドリ電化を株式交換により完全子会社としました。また、5月には子会社4社のショッピングサイトを統合した「エディオンダイレクト（http://shop.edion.jp）」を開設し、幅広いアイテムを取り扱う日本最大級のショッピングサイトの運営を開始し、また、都市型大型店として「ミドリ天満橋店」をオープンしました。企業戦略としては、新業態（家具・インテリア、玩具、リフォーム、ソフトなど）の取り組みを進めており、7月に家具・インテリアを販売する「ホームエキスポロックシティ大垣店」、11月には家電を中心とした家具・インテリア、玩具などの品揃えを誇る「ミドリ中環東大阪店」や、12月には玩具を販売する「ネバーランド」を設置した「エイデン津北店」をオープンし、2月には玩具、モバイル商品専門の店舗「デオデオネバーランド袋町店」を広島市内にオープンしました。エイデンにおいては、デオデオのノウハウを活かした小型フランチャイズ事業の展開を6月より開始し、地域密着サービスのさらなる拡充を図っています。当企業グループはこうした「サービス型小売業」の経営理念を徹底的に追求し続け、大型家電量販店のトップブランドとなることを目指します。

経営成績の分析

●売上高

当連結会計年度の売上高は7,146億97百万円（前年同期比163.2%）となりました。2005年4月1日にミドリ電化の統合により、88店舗（FC含む）が当企業グループに加わったことおよび都市型大型店舗や新業態店舗の積極出店により売上高は大幅に増加しました。

商品面では、個人消費の回復もあって夏場のエアコン、冷蔵庫などが好調に推移し、また冬場の記録的な寒波の到来により暖房商品も好調に推移しました。2006年2月には地上デジタル放送のエリア拡大とトリノ冬季五輪が開催されたこともあって、薄型液晶テレビなどデジタル関連商品は年度間を通して好調に推移し、売上高の増加に寄与しました。

●営業利益

当連結会計年度の営業利益は80億54百万円（前年同期比160.7%）となりました。増加の主な原因はミドリ電化の統合によるものですが、グループ全体でのオリジナル商品や生活家電商品の売上構成比アップなどが営業利益の増加に寄与しています。

●経常利益

当連結会計年度の経常利益は203億89百万円（前年同期比182.6%）となりました。営業外収益については、ミドリ電化の統合により仕入割引が57億32百万円増加したことなどにより増加しています。営業外費用については、財務統合により支払利息が前期比25.9%減少（ミドリ電化分を除く）し、経常利益の増加に寄与しています。

●当期純利益

当連結会計年度の当期純利益は82億26百万円（前年同期比167.3%）となりました。これは固定資産の減損会計の適用による減損損失が20億63百万円あったこと、および法人税などの負担額が77億48百万円あったことなどによります。

財政状態

●資産、負債および株主資本の状況

総資産は、前連結会計年度末と比較し880億96百万円増加し、3,195億7百万円となりました。これは、2005年4月1日にミドリ電化を株式交換により完全子会社としたことなどによる増加です。

負債は、前連結会計年度末と比較し651億88百万円増加し、1,899億78百万円となりました。これもミドリ電化の統合により増加したものですが、財務統合の結果、ミドリ電化を除く有利子負債は、前連結会計年度より98億30百万円減少しています。

株主資本は、前連結会計年度末と比較し229億8百万円増加し、1,285億4百万円となりました。主な増加は、ミドリ電化の統合と、当期純利益82億26百万円であり、主な減少は、株主配当21億12百万円です。以上の結果、株主資本比率は、前連結会計年度末の45.6%から40.2%となりました。

●キャッシュ・フローの状況

当連結会計年度における連結ベースの現金および現金同等物（以下「資金」という。）は、前連結会計年度末に比べ4億16百万円増加し、当連結会計年度末は137億71百万円（前年同期比103.1%）となりました。当連結会計年度における各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は次のとおりです。

営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動の結果得られた資金は114億65百万円（前連結会計年度に比し53億40百万円の増加）となりました。これは、税金等調整前当期純利益が71億78百万円増加したことと、過年度の積極投資に係る減価償却額が91億72百万円と高水準であったこと、また、たな卸資産の増加による減少が88億57百万円であったことなどによるものです。

投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動の結果使用した資金は164億52百万円（前連結会計年度に比し11億59百万円の減少）となりました。これは当連結会計年度中の新規出店と翌期以降の出店に係る有形固定資産の取得による支出が130億14百万円、無形固定資産の取得による支出が50億22百万円であったことなどによるものです。

財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動の結果使用した資金は18億85百万円（前連結会計年度に比し132億81百万円の増加）となりました。これは長期借入金の返済による支出が99億92百万円、社債の償還による支払が32億40百万円、配当金の支払が21億11百万円、長期借入金の借入による収入が261億93百万円があったことなどによるものです。

連結貸借対照表

※記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

（単位：百万円）

科目	第4期 2005.3.31現在	第5期 2006.3.31現在
●資産の部		
流動資産	87,081	129,104
現金及び預金	13,495	13,911
受取手形及び売掛金	14,189	20,879
有価証券	50	−
たな卸資産	47,111	79,658
繰延税金資産	3,402	4,639
その他	8,947	10,145
貸倒引当金	△ 114	△ 130
固定資産	144,095	190,290
有形固定資産	94,268	136,999
建物及び構築物	39,982	68,544
器具及び備品	3,859	4,343
土地	49,672	58,478
建設仮勘定	739	3,803
その他	15	1,829
無形固定資産	4,523	8,590
連結調整勘定	1,122	1,087
その他	3,401	7,503
投資その他の資産	45,303	44,700
投資有価証券	16,770	4,571
繰延税金資産	3,459	3,892
差入保証金	20,526	31,592
その他	5,121	5,133
貸倒引当金	△ 574	△ 489
繰延資産	233	112
創立費	18	−
開業費	155	66
新株発行費	59	45
資産合計	231,410	319,507

たな卸資産
ミドリ電化統合による純増が320億円。デオデオ・エイデンの既存店ベースでは減少（前年同期比2.8%減少）。

固定資産
設備投資額180億円。

資産合計
2005年4月ミドリ電化の事業統合により増加。

財務報告

連結貸借対照表

※記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

（単位：百万円）

科目	第4期 2005.3.31現在	第5期 2006.3.31現在
●負債の部		
流動負債	79,921	120,388
支払手形及び買掛金	27,829	51,711
短期借入金	27,000	14,500
一年内返済予定の長期借入金	3,730	13,051
一年内償還予定の社債	3,000	240
未払法人税等	3,025	4,290
未払消費税等	479	1,103
賞与引当金	3,263	4,708
ポイント引当金	3,307	5,721
その他	8,286	25,061
固定負債	44,868	69,589
社債	500	1,040
長期借入金	27,226	48,625
繰延税金負債	55	48
再評価に係る繰延税金負債	2,680	2,663
退職給付引当金	7,721	7,311
役員退職慰労引当金	621	632
その他	6,062	9,268
負債合計	124,790	189,978
●少数株主持分		
少数株主持分	1,024	1,024
●資本の部		
資本金	10,174	10,174
資本剰余金	66,909	83,419
利益剰余金	45,102	50,262
土地再評価差額金	△ 16,992	△ 16,253
その他有価証券評価差額金	429	946
自己株式	△ 27	△ 46
資本合計	105,595	128,504
負債、少数株主持分及び資本合計	231,410	319,507

負債合計
負債のうち、有利子負債はミドリ電化分258億円純増。ただし、ミドリ電化を除くと財務統合の効果により前年同期比で98億円減少。

資本合計
ミドリ電化との株式交換に係る資本剰余金の増加および、当期純利益82億円の計上による増加。

財務報告

連結損益計算書

※記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

（単位：百万円）

科　目	第4期 2004.4.1〜2005.3.31	第5期 2005.4.1〜2006.3.31
1 **売上高**	437,992	714,697
売上原価	342,241	556,932
2 **売上総利益**	95,751	157,765
3 販売費及び一般管理費	90,740	149,711
営業利益	5,011	8,054
営業外収益	7,282	13,547
受取利息及び配当金	287	329
仕入割引	5,382	11,115
投資有価証券売却益	688	132
その他	923	1,970
営業外費用	1,129	1,211
支払利息	540	691
持分法による投資損失	137	18
貸倒引当金繰入額	2	19
その他	449	483
4 **経常利益**	11,163	20,389
特別利益	633	903
固定資産売却益	0	6
貸倒引当金戻入益	56	0
投資有価証券売却益	237	ー
退職給付規程改訂益	ー	745
火災保険金収入	118	ー
確定拠出年金移行益	192	ー
その他	27	150
特別損失	2,900	5,218
固定資産売却損	189	36
固定資産除却損	1,407	1,564
投資有価証券評価損	201	305
投資有価証券売却損	334	89
減損損失	ー	2,063
賃貸借契約解約損	286	126
総合型基金脱退損	ー	848
火災損失	180	ー
その他	299	184
税金等調整前当期純利益	8,896	16,075
法人税、住民税及び事業税	3,793	6,686
法人税等調整額	84	1,062
少数株主利益	100	100
当期純利益	4,918	8,226

連結剰余金計算書

※記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

（単位：百万円）

科　目	第4期 2004.4.1〜2005.3.31	第5期 2005.4.1〜2006.3.31
●資本剰余金の部		
資本剰余金期首残高	60,736	66,909
資本剰余金増加高	6,173	16,510
株式交換による増加高	ー	16,510
自己株式処分差益	ー	0
新株予約権の行使による新株の発行	147	ー
増資による新株の発行	6,025	ー
資本剰余金期末残高	66,909	83,419
●利益剰余金の部		
利益剰余金期首残高	46,110	45,102
利益剰余金増加高	5,003	8,226
当期純利益	4,918	8,226
持分法適用除外による増加高	26	ー
持分法適用による増加高	25	ー
土地再評価差額金取崩額	32	ー
利益剰余金減少高	6,012	3,065
配当金	1,567	2,112
役員賞与	61	214
土地再評価差額金取崩額	ー	738
子会社の合併による減少高	4,383	ー
利益剰余金期末残高	45,102	50,262

1 売上高
ミドリ電化統合により増加。デオデオ・エイデンの既存店では103.8%であり、薄型テレビおよび寒波による季節商品などの需要増加。

2 売上総利益
エイデンの白物家電構成比の増加により売上総利益率約0.3%増加。オリジナル商品構成比前年30.0%→27.0%により売上総利益率約0.2%減少。

3 販売管理費
新規店増加に伴う広告宣伝費増により販管費比率0.7%増加。ミドリ電化統合に係る人件費減により販管費比率0.7%減少。レンタル事業開始などに伴う設備費増により販管費比率0.5%増加。

4 経常利益
ミドリ電化統合により増加。財務統合により支払利息の削減（前年同期比26.3%削減）。

財務報告

連結キャッシュ・フロー計算書

※記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

（単位：百万円）

科　目	第4期 2004.4.1～2005.3.31	第5期 2005.4.1～2006.3.31
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	8,896	16,075
減価償却費	5,443	9,172
減損損失	—	2,063
連結調整勘定償却額	118	348
貸倒引当金の増減額	△ 180	△ 82
賞与引当金の増減額	△ 57	633
退職給付引当金の増減額	428	△ 396
役員退職慰労引当金の増減額	85	10
ポイント引当金の増減額	207	△ 2,067
受取利息及び配当金	△ 287	△ 329
支払利息	540	691
投資有価証券売却損益	△ 591	△ 39
投資有価証券評価損	201	305
持分法による投資損失	137	18
固定資産除却損	1,407	1,564
売上債権の増減額	142	△ 2,094
たな卸資産の増減額	△ 1,839	△ 8,857
仕入債務の増減額	△ 6,256	342
その他	21	4,069
小計	8,418	21,425
利息及び配当金の受取額	57	124
利息の支払額	△ 568	△ 692
法人税等の支払額	△ 1,782	△ 9,392
1 **営業活動によるキャッシュ・フロー**	6,125	11,465

（単位：百万円）

科　目	第4期 2004.4.1～2005.3.31	第5期 2005.4.1～2006.3.31
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入れによる支出	△ 660	△ 470
定期預金の払戻しによる収入	1,620	200
有形固定資産の取得による支出	△ 7,365	△ 13,014
有形固定資産の売却による収入	561	1,591
無形固定資産の取得による支出	△ 801	△ 5,022
投資有価証券の取得による支出	△ 12,819	△ 167
投資有価証券の売却による収入	2,146	602
保証金差入による支出	△ 1,260	△ 2,971
保証金回収による収入	152	1,629
保証金預りによる収入	1,729	1,282
保証金返済による支出	△ 113	△ 377
その他	△ 801	264
2 **投資活動によるキャッシュ・フロー**	△ 17,612	△ 16,452
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額	△ 5,770	△ 12,500
長期借入れによる収入	15,000	26,193
長期借入金の返済による支出	△ 5,178	△ 9,992
社債の償還による支出	△ 3,000	△ 3,240
株式の発行による収入	12,257	—
配当金の支払額	△ 1,565	△ 2,111
その他	△ 347	△ 234
3 **財務活動によるキャッシュ・フロー**	11,396	△ 1,885
現金及び現金同等物の増減額	△ 91	△ 6,872
現金及び現金同等物の期首残高	13,446	13,355
株式交換に伴う現金及び現金同等物の増加高	—	7,289
現金及び現金同等物の期末残高	13,355	13,771

1 **営業活動によるキャッシュ・フロー**
税引前当期利益の増加により71億円増加。積極投資により減価償却額91億円増加。ミドリ電化統合に係るたな卸資産の増加により88億円減少。

2 **投資活動によるキャッシュ・フロー**
新規出店に係る有形固定資産の取得により130億円減少。

3 **財務活動によるキャッシュ・フロー**
短期借入金の純増減額12億円減少。長期借入金の返済により100億円減少。社債償還および配当金支払により53億円減少。
長期借入により収入261億円増加。

会社概要

会社概況（2006年3月31日現在）

●会社名	株式会社エディオン
●事業内容	家庭電化製品の販売を主として行う完全子会社である株式会社デオデオ、株式会社エイデン、株式会社ミドリ電化および家具・インテリアの通販事業を行う株式会社暮らしのデザインの株式を所有することにより当該子会社の経営管理をする。
●設立日	2002年3月29日
●資本金	101億7,463万円
●本店所在地	東京都品川区西五反田八丁目9番5号
●本社事務所	愛知県名古屋市千種区覚王山通八丁目70番地の１
●正社員数	246名（単体） 8,413名（連結）

株式の状況（2006年3月31日現在）

●決算期日	毎年3月31日
●発行可能株式総数	300,000,000株
●発行済株式総数	105,665,636株
●株主数	15,791名
●上場証券取引所	東京、名古屋証券取引所　市場第一部
●証券コード	2730

取締役・監査役（2006年6月29日現在）

●取締役

代表取締役社長	久保允誉	株式会社デオデオ 取締役会長
取締役副社長	岡嶋昇一	株式会社エイデン 代表取締役社長、管理統括本部長 兼 業態開発部長
取締役副社長	梅原正幸	株式会社ミドリ電化 代表取締役社長
取締役副社長	友則和寿	株式会社デオデオ 代表取締役社長、営業統括本部長
取締役	栁田勉	株式会社デオデオ 常務取締役、商品統括本部長
取締役	藤川誠	株式会社エイデン 常務取締役、総務人事部長
取締役	村田博雄	株式会社ミドリ電化 代表取締役専務
取締役	外山晋吾	経営企画室長

●監査役

常勤監査役	佐々木正弘	株式会社エイデン 監査役
監査役	石田勝治	
社外監査役	異相武憲	株式会社エイデン 監査役
社外監査役	沖中隆志	株式会社ミドリ電化 監査役